

Fiche Projet 1 : Tourisme durable : Miroir des ressources gastronomiques et patrimoniales du territoire

L'identification du projet

Intitulé

Il s'agit pour le territoire du GAL Meuse@Campagnes de « Valoriser notre Patrimoine, montrer notre qualité et milieu de vie, mettre en avant notre environnement » : par la création d'expériences gastronomiques et patrimoniales, par le biais de pack et de produits touristiques et/ou journées à thèmes, répartis sur l'ensemble des trois communes.

Il s'agit de développer également des expériences touristiques dites « durables » dans le sens où elles seront notamment basées sur les mobilités douces (A pied, A vélo – VTT et VTC -, à cheval ou encore en bateau) et sur une sensibilisation au respect de notre environnement.

Il conviendra de concevoir plusieurs produits touristiques capables de dynamiser l'économie touristique du territoire et de permettre aux citoyens mais aussi aux touristes de créer de nouvelles relations avec les patrimoines locaux.

Porteur de projet

Le porteur de projet est le GAL Meuse@Campagnes.

Bénéficiaire de la subvention et opérateur de terrain

Le porteur de projet est le GAL Meuse@Campagnes. Le bénéficiaire de la subvention est le GAL Meuse@Campagnes.

Partenaires

- Les 3 administrations communales
- Office du tourisme d'Andenne
- Archéologie Andennaise asbl (Centre Archéologique de la Grotte Scladina)
- Musée de la céramique d'Andenne asbl
- Maison du Tourisme Vallée de la Meuse
- Maison du Tourisme Meuse-Condroz-Hesbaye

- Les Nomades Epicuriens
- Ferme du Vieux Tilleul
- Musée et Trésor de la Collégiale Sainte Begge

Partenaires potentiels

- Les propriétaires d'hébergements touristiques
- Les restaurateurs
- Les producteurs locaux
- Les Plus Beaux Villages de Wallonie asbl
- Pro-vélo asbl
- ZE-MO scrl
- AS'Ferme asbl
- Contrat de rivière Meuse - Aval
- Fernelmont Villages et Patrimoine asbl
- Qualité Villages Wallonie asbl
- Parc Naturel Burdinale Mehaigne
- Natagora asbl – réserve naturelle de Sclaigneau
- Maison du Tourisme Condroz-Famenne
- Centre Culturel d'Andenne
- Bibliothèque Communale
- Groupes locaux de marcheurs, sportifs
- Centres équestres
- Ferme du Chant d'Oiseaux
- Château de Chérimont
- Golf Club Andenne
- Paintball Andenne Club
- Flyxperience Andenne
- Les Avettes du Mont des Frênes
- Association Belge des Amis de Saint Jacques de Compostelle asbl
- La Grange à Papier
- Associations locales des 3 communes
- Ferme de la Dîme
- Safran de Cotchia
- La Ferme du Moulin de Meeffe
- Musées et Sociétés en Wallonie asbl

Administrations fonctionnelles

Commissariat Général au Tourisme

Objectifs de la stratégie rencontrés

CONTRIBUTION DIRECTE

Sous objectifs	Contribution du projet
Créer une « marque territoriale »	<p>Créer, animer et promouvoir des expériences thématiques afin de faire du territoire du GAL une destination touristique, gastronomique et citoyenne d'excellence et de référence.</p> <p>Agrémenter ces expériences touristiques par un réseau de balades à l'échelle des trois communes ou dans un esprit commun (pédestre, cyclable - de route et tout terrain-, équestre)</p> <p>Communiquer et partager localement les actions du GAL dans la matière touristique</p>
Relier, structurer et renforcer nos atouts locaux afin d'améliorer la visibilité et la lisibilité du territoire	<p>Recenser tous les atouts présents sur le territoire du GAL (patrimoine, artisans, fleuves, rivières ...) en vue d'une sélection, de leur promotion et de la création de produits touristiques</p> <p>Développer des parcours thématiques (culturels, didactiques, pédagogiques, nature ...)</p> <p>Créer des expériences authentiques sur le territoire du GAL</p> <p>Collaborer à la création d'une halte fluviale</p> <p>Valoriser et soutenir les producteurs et artisans locaux dans leurs actions en relation avec les aspects touristiques</p> <p>Fédérer et renforcer les trois communes sur le capital existant et les atouts communs</p>
Mettre en commun les savoirs et les informations pour créer une « intelligence territoriale »	<p>Mener une réflexion sur un système de géolocalisation (pour le patrimoine, les balades, les évènements, etc.) par l'outil numérique</p> <p>Mener une réflexion et apporter des pistes au développement d'une gestion et une veille</p>

	<p>commune de l'entretien au quotidien des différentes composantes touristiques (sentiers, accueils, halte, ...)</p> <p>Accroître la mobilisation numérique des acteurs du secteur (hébergements, HoReCa, Office du tourisme, guides, producteurs locaux et habitants)</p>
<p>Prendre soin de la planète, en produisant, en consommant local et en recyclant</p>	<p>Participer à la réflexion d'un développement d'un réseau de location de vélo (classique ou à assistance électrique) et gérer la mise en place de ce développement (gestion par un partenaire privé)</p>

Description du contexte

Contexte général

Situé à proximité des pôles urbains importants et facilement accessible par les axes routiers et ferroviaires (environ à 20 minutes de Namur et de Huy), le territoire du GAL Meuse@Campagnes est un territoire facile d'accès pour les populations urbaines proches en recherche de dépaysement et de détente.

Andenne, Fernelmont et Wasseiges sont trois communes qui ont chacune leurs particularités et leurs attraits touristiques mais elles ne bénéficient pas d'une image commune suffisamment cohérente et forte. Il n'existe à ce jour aucune synergie touristique, si ce n'est l'appartenance d'Andenne et Fernelmont à la même Maison du Tourisme.

Notons que seule la commune d'Andenne dispose d'un Office du tourisme. Les deux autres communes pourraient profiter des ressources, services et connaissances en matière touristique dont dispose cette structure. Ils pourraient ensemble travailler sur l'accroissement de visibilité et de notoriété du territoire.

Un patrimoine classé varié, fortement localisé dans la moitié sud du territoire

Le territoire compte un patrimoine bâti important. Grâce à sa position en bord de Meuse, on retrouve plusieurs châteaux (ex : châteaux de Bonneville, d'Hambraine, de Fernelmont, de Franc-Warêt, de Pontillas, etc.), fermes et châteaux-fermes (château de Melroy, ferme

Crèvecoeur, ferme de Houssoy, etc.). On recense également sur le territoire plusieurs églises, chapelles, moulins, sculptures, fontaines, sites naturels, etc.

Il existe sur le territoire 46 biens classés au Patrimoine Monumental de Belgique, en grande partie situés dans le sud. Il s'agit de lieux de culte (Collégiale Sainte-Begge, église Saint-Pierre, Chapelle Notre-Dame des Sept Douleurs, orgues de l'église de Saint-Martin) ; d'autres ont une valeur patrimoniale architecturale (place des Tilleuls à Andenne, château de Franc-Warêt, kiosque à musique place Wauters à Seilles) ; ou ils témoignent de la richesse historique du territoire (Tumuli de Seron à Wasseiges, grottes Scladina à Sclayn, etc.).

Qualité de vie et produits locaux

L'une des spécificités de ce territoire est d'offrir une production locale de qualité, originale et peu répandue dans la région.

La commune de Wasseiges est par exemple reconnue dans le domaine de la production locale par la présence sur son territoire d'une des seules safranières de Belgique (safran de Cotchia).

La commune de Fernelmont profite de la renommée et la présence à Bierwart de la Ferme du Vieux Tilleul, un centre d'héliculture réputé qui a mis en place de nombreuses activités variées.

Quant à la commune d'Andenne, on peut citer la Ferme du Chant d'Oiseaux, qui produit depuis plus de vingt ans du jus de pommes 100% naturel. Ils se sont récemment diversifiés, en se tournant vers la production de melon ou encore de quinoa.

En collaboration étroite avec le chargé de mission qui travaillera sur la fiche projet des produits locaux, il sera intéressant de valoriser et soutenir les producteurs et artisans locaux dans leurs actions de promotion et de valorisation de leur activité, de la qualité de leur produit mais également de la mise en valeur de leur savoir-faire.

La découverte du territoire par des modes de déplacements respectueux de notre environnement.

A pied et à vélo

Il existe à ce jour une offre assez visible et conséquente sur le territoire d'Andenne.

On recense ainsi à Andenne le RAVeL 1 (Namur – Huy) ainsi qu'une série de promenades (pédestres, équestres et VTT, dont la carte est en vente à 2€ à l'Office du Tourisme ; mais aussi autos et thématiques). Ces balades sont disponibles également via l'application SityTour pour tablettes et smartphones.

A Fernelmont, il existe une carte de promenades vélo. Une carte de promenades de 5 circuits balisés est en vente au prix de 5€ et est intitulée « Hesbaye à vélo ».

Quant à Wasseiges, la commune a créé il y a quelques années un petit livret d'une douzaine de balades pédestres et VTT, en vente au prix de 3€.

La Ville d'Andenne possédant aujourd'hui des outils pertinents en matière de promotion touristique, il serait intéressant de les appliquer à l'ensemble du territoire.

Il y a encore quelques temps, la Ville d'Andenne, via le centre sportif, mettait en location deux vélos à assistance électrique. Cela ne se fait plus aujourd'hui, mais ce moyen de déplacement pourrait être un moyen de découverte du territoire du GAL. Le Programme Communal de Développement Rural de Fernelmont a pour projet la mise en place d'un espace réservé au vélo électrique dans la « maison des idées » qu'il projette de créer au sein même de l'ancien presbytère de l'entité situé à côté de la maison communale (en plus d'un espace réservé aux réunions et d'un espace citoyen, lieu de médiation pour le GAL : voir fiche 7 « la valorisation de la citoyenneté par le numérique »).

A cheval

Sur l'ensemble du territoire, on recense aujourd'hui l'existence de quatre balades équestres balisées dans l'entité d'Andenne, disponibles via l'application SityTour.

On trouve dans la commune de Fernelmont plusieurs centres équestres (citons, entre autres, le haras des Armoises, le cercle équestre de Gochenée, la ferme de Floreffe, le Trans et Horse). Pour Wasseiges, il existe à ce jour un centre équestre, le moulin de Meeffe ; un second devrait bientôt exister, les écuries du Soleil.

Art de vivre ancestral, le cheval est utilisé à des fins « touristiques » dès le milieu du XVI^{ème} siècle. Le cheval, compagnon de vie, devient compagnon de route et permet de regrouper différentes activités économiques, le plus souvent en milieu rural.

L'office du tourisme de la Ville d'Andenne propose quelques itinéraires balisés destinés à ce type d'utilisateurs, ce mode de déplacement est à envisager sur l'ensemble du territoire.

Le tourisme au fil de l'eau, fleuve, rivières et ruisseaux

Le territoire du GAL a la chance d'être traversé par la Meuse. Cependant, il ne dispose pas encore d'une halte nautique permettant aux bateaux d'accoster. Les villes de Namur et de Huy ont davantage développé le tourisme fluvial. Une halte fluviale pourrait être une porte d'entrée intéressante sur le territoire du GAL d'Andenne, Fernelmont et Wasseiges. A la présence de la Meuse, il convient d'ajouter un riche réseau de rivières et ruisseaux sur l'ensemble du territoire.

Les objectifs à atteindre

1. Promotion et valorisation des ressources gastronomiques et patrimoniales du territoire

2. Fédérer les initiatives et renforcer les compétences locales, les valoriser au service de projets communs
3. Développement de la mobilité douce à des fins touristiques

Il en résulte la volonté de développer des produits touristiques qualitatifs et originaux, mettant en avant les atouts suivants des trois communes de manière originale et qualitative :

- 1. Le patrimoine
- 2. Les chemins et sentiers
- 3. La gastronomie
- 4. Les productions locales
- 5. Le tourisme durable
- 6. La Meuse, rivières et ruisseaux

Le développement de la réalité virtuelle et des nouvelles technologies en général donnera la possibilité d'aller encore plus loin dans la mise en scène du territoire et l'expérience donnée au touriste.

Les publics cible

A très court terme, les publics cible sont les visiteurs en provenance des agglomérations et villes proches (Namur, Huy, Charleroi, Liège) les week-ends, mais également les habitants du territoire.

D'ici quelques années, le projet vise à attirer un public provenant de régions plus lointaines (Belgique et pays limitrophes). Couplé avec le renouvellement de l'offre en termes de logement (voir fiche 2 « vers un meilleur accueil et accompagnement des touristes »), la notoriété de circuits thématiques et les nouveaux produits touristiques, le territoire sera amené à devenir plus attractif et à attirer davantage de visiteurs.

La période la plus propice au tourisme dans notre région s'étend généralement du mois d'avril au mois d'octobre ainsi que durant les périodes de vacances scolaires. A cela viennent s'ajouter plusieurs manifestations d'une certaine ampleur qui attirent les visiteurs (ex : Carnaval des ours, marchés de Noël, etc.).

Les actions soutenues par le projet

Elles ont pour objectif de faire découvrir le territoire par le biais d'expériences authentiques et propres au territoire, des rencontres humaines entre des touristes et une population active, une approche et des perspectives nouvelles sur un terroir de qualité.

Mais elles comprennent également une réelle volonté de favoriser des modes de déplacements respectueux de l'environnement tout en offrant une nouvelle manière d'aborder et de découvrir le territoire.

1) Promotion et valorisation des ressources gastronomiques et patrimoniales du territoire

a) Référencement et réalisation d'un cadastre utile à l'élaboration des projets.

La première étape nécessaire pour créer de nouveaux produits touristiques est bien entendu de référencer non seulement les produits déjà en place sur le territoire mais également tous les atouts locaux que nous serions susceptibles de promouvoir au travers de nouveaux produits. Nous pourrions classer ces atouts selon plusieurs catégories : patrimoine ; fleuve, rivières et cours d'eau ; productions locales ; HoReCa ; hébergements ; points de vue ; points d'intérêts ; etc.

b) Création de supports et d'actions de promotion

Chaque produit touristique créé ou action mise en œuvre, devra être partagé avec le plus grand nombre, que ce soit via des publications (brochures, agenda, plans, etc.), des encarts, des spots, via le web, etc.

En outre, des partenariats avec le monde HoReCa, les producteurs locaux et autres acteurs du territoire devront être établis. L'information devra être disponible dans un maximum d'endroits sur le territoire (via des panneaux didactiques, des présentoirs aux couleurs du GAL, des fardes d'informations, des gadgets promotionnels, etc.)

Un plan de communication en lien avec le plan de communication global du GAL sera réfléchi. Des dépliants spécifiques seront développés et déposés dans des endroits clés.

De plus, la réflexion sur l'outil numérique et son utilisation pratique sera à la fois utile aux professionnels du secteur (possibilité, par exemple, de géolocaliser leurs infrastructures) et aux visiteurs (centralisation des informations touristiques).

Enfin, l'Office du Tourisme d'Andenne sera un canal très intéressant car déjà en place et fort de plusieurs années d'expérience, il sera donc un partenaire fondamental pour la promotion de ces expériences touristiques et pour la valorisation de produits spécifiques à notre territoire.

c) Le développement durable comme facteur d'attractivité du territoire ;

La promotion sera réfléchiée avec une attention permanente pour le développement durable. Ceci s'exprime tant dans les supports de communication qui seront choisis (vigilance quant à l'empreinte écologique des supports produits, chasse au gaspillage, ...) que dans les choix de cibles de promotion : tous les acteurs du territoire qui contribuent à rendre le territoire plus durable seront placés au cœur de la valorisation du territoire.

2) Fédérer les initiatives et renforcer les compétences locales, les valoriser au service de projets communs

Sur base du cadastre établi, il s'agit de concevoir plusieurs produits touristiques capables de dynamiser l'économie touristique du territoire et de permettre aux citoyens ainsi qu'aux touristes de créer de nouvelles relations avec le patrimoine local.

Le GAL travaillera en associant tous les partenaires potentiels qu'ils soient opérateurs touristiques, restaurateurs, artisans ou encore producteurs locaux afin de développer des produits touristiques à l'image du territoire.

S'il est certain que certaines idées de produits seront amenées à évoluer au fur et à mesure de l'avancement du GAL, plusieurs projets ont déjà été réfléchis et proposés par le Comité de pilotage en regard de la stratégie du GAL.

L'objectif étant de créer une plus-value du territoire grâce aux futurs produits créés, le GAL veillera à travailler sur une offre sélective et qualitative, pour amener ledit territoire à devenir une destination de qualité, d'excellence pour tous.

Les produits créés sont transversaux aux trois communes ou présents sur chaque commune et reliés par un esprit commun, un fil thématique, une valeur ajoutée spécifique.

a) Circuits touristiques thématiques

Création de nouveaux circuits touristiques et/ou de réseaux de balades sur et à l'échelle des trois communes. Ceux-ci seront thématiques avec une priorité sur la mise en valeur de la gastronomie, des produits locaux, du patrimoine historique, des ressources naturelles et du développement durable

Le projet sera affiné et étoffé en cours de route et en lien avec le cadastre établi précédemment. Il devra faire l'objet d'une concertation avec les guides touristiques locaux en vue d'enrichir de manière pertinente ces nouveaux circuits.

Ces produits seront mis à disposition sur plan et/ou via des applications numériques telles que CityTour, Randobel, ou autre.

Des visites guidées pourront venir ponctuellement en appui de ces nouveaux circuits.

b) Conception de packs touristiques incluant la gastronomie

Une action importante du GAL sera la création d'expériences sur mesure et déambulatoires, incluant la gastronomie, où sera ainsi mis à l'honneur la spécificité de notre terroir comme par exemple les escargots, le safran, le jus de pomme ou encore le quinoa et le melon (voir fiche 3 « Les produits locaux de A à Z : innovation, production, consommation sur notre territoire »), etc.

Une attention particulière sera apportée à l'accueil du touriste, qui sera au maximum reçu directement par les producteurs, les exploitants, les artisans, toujours dans un esprit convivial afin d'éviter de tomber dans l'écueil des visites touristiques trop calibrées et loin de l'esprit « du terroir ».

Le GAL travaillera en associant tous les partenaires qu'ils soient opérateurs touristiques, restaurateurs, artisans ou producteurs locaux afin de développer des produits touristiques à l'image du territoire.

c) Créer des événements originaux axés produits locaux

Cette proposition d'action porte sur la réalisation de journées dédiées à la découverte de la gastronomie locale et des produits locaux.

Il s'agit pendant une journée de rassembler des acteurs de la gastronomie (restaurateurs, producteurs, exploitants) et les visiteurs. Elle s'apparentera à une sorte de journée « portes ouvertes » à l'image des Journées du patrimoine.

Parallèlement aux visites, d'autres activités pourront être développées comme un marché des producteurs locaux (ouvert à d'autres produits que l'alimentaire), une expérience gastronomique originale (dîner dans le potager), des cours de cuisine chez le producteur, rencontres avec des chefs étoilés qui cuisineront uniquement des produits du territoire, etc.

3) Développement de la mobilité douce à des fins touristiques

Le volet du tourisme durable dans ce cadre ci met l'accent sur de nouvelles pratiques plus respectueuses de l'environnement pour découvrir le territoire : le vélo, électrique ou traditionnel, le cheval ... La mise en pratique et l'utilisation de ces modes de déplacements doux a pour objectif d'offrir une nouvelle expérience aux touristes, mais aussi de réfléchir à l'impact de ses déplacements dans l'environnement.

Concrètement, voici quelques actions à mettre en place sur le territoire :

a) La Meuse : nouvelle porte d'entrée sur le territoire du GAL

Le BEP s'est récemment penché sur une étude portant sur le tourisme fluvial et a étudié la possibilité de créer une halte fluviale à hauteur du centre-ville d'Andenne. Cette halte comporterait également, dans ses aménagements, une halte vélo.

Si ce projet voit le jour comme prévu, cette nouvelle halte fluviale deviendra une nouvelle porte d'entrée sur le territoire du GAL pour les touristes voyageant via les voies navigables.

La création de panneaux de renseignements aux couleurs du GAL, de balades au départ de celle-ci, permettra de rediriger les touristes vers l'ensemble du territoire et de les faire ainsi participer à l'économie locale.

Pour renforcer ce projet, un lien pourrait être envisagé avec le réseau de locations de vélos électriques. Une réflexion devra être menée à ce sujet.

b) Mise en place d'un réseau de location de vélo à assistance électrique

Le GAL pourra envisager l'achat d'un certain nombre de vélos électriques pour se constituer « une flotte ». Ceux-ci seront répartis dans différents lieux (au moins un endroit par commune) où ils pourront être loués par les touristes mais également les populations locales. La gestion de cette flotte sera envisagée en partenariat avec un privé pour l'entretien, le transport, etc.

Les modes de réservations devront être étudiés mais pourraient être possibles via l'outil numérique du GAL (site internet) et les circuits touristiques prendront en compte les points d'enlèvements, de dépôts et de rechargement de ceux-ci.

Il conviendra également de penser le tout en tenant compte de l'HoReCa, des attractions, des hébergements, des institutions et autres sites labellisés « Bienvenue vélo ».

Non seulement le GAL recherchera des prestataires pour la mise en place d'un réseau de vélo électriques du territoire (système de location ainsi que circuits à travers tout le territoire), mais il devra également analyser le potentiel d'intégration du vélo électrique dans le cadre des futurs packs touristiques.

c) Le tourisme équestre

Le GAL étudiera le potentiel du monde équestre dans la découverte du territoire. Le produit « tourisme équestre » suppose :

- Une activité hors du cadre de vie habituel du client ;
- Une consommation de produits équestres (perfectionnement, promenade, randonnée, attelage) ;
- Des effets économiques induits (hébergements, restauration, équipements spécifiques, etc.) ;

- Un dépaysement culturel lié à la découverte du territoire sous un autre angle.

Lorsque l'on parle de tourisme équestre, la randonnée à cheval est l'activité la plus représentative.

Le cavalier épanouit ses facultés d'écoute et d'observation, améliore la connaissance et le respect de sa monture et cultive des contacts humains courtois et généreux. Le cavalier de voyage se déplace au rythme de son cheval, sans esprit de compétition en complète harmonie avec le milieu rural et l'environnement.

Ces valeurs répondent à une demande actuelle de la clientèle touristique (recherche d'immersion, de sensations et d'expériences dans un milieu rural et naturel).

d) Accompagner les expériences touristiques par un réseau de balades

Il s'agira d'une part de voir les articulations possibles avec les balades existantes et d'autre part de permettre le développement du réseau afin d'aboutir à une offre connectée géographiquement mais également selon certaines thématiques sur les trois communes, valorisant les richesses du territoire.

Indicateurs

Indicateurs de réalisation :

	Unité	Réalisé au 30/6/17	Réalisé au 31/12/2017 ¹	Objectif au 30/04/2023 ²	Commentaires
<u>Promotion et valorisation des ressources touristiques du territoire :</u>					
<i>Nombre de supports de promotion et communication (brochures, folders)</i>	Nbre	0	0	15	
<i>Nombre d'actions de communication</i>	Nbre	0	1	15	
<u>Création de produits touristiques</u>					
<i>Nombre de circuits créés</i>	Nbre	0	0	5	
<i>Nombre de packs créés</i>	Nbre			5	
<i>Nombre de journées créées</i>	Nbre			4	
<u>Développement de la mobilité douce à des fins touristiques :</u>					

¹ Données cumulées y compris le semestre du rapport

² A la date de fin de l'AM

<i>Nombre de nouveaux circuits</i>	Nbre	0	0	15	
<i>Nombre de partenaires travaillant sur les circuits</i>	Nbre	0	0	5	
<i>Nombre de km balisés</i>	Nbre	0	0	200	

Indicateurs de résultat :

	Unité	Résultat au 30/6/17	Résultat au 31/12/17	Objectif final au 30/04/2023	
<u>Promotion et valorisation des ressources touristiques du territoire :</u>					
<i>Nombre de partenaires contribuant à la promotion des packs</i>	Nbre	0	0	20	
<i>Nombre de téléchargements de supports et produits</i>	Nbre	0	0	500	
<u>Création de produits touristiques</u>					
<i>Nombre de produits vendus</i>	Nbre	0	0	50	
<i>Nombre de partenaires mis en place pour ces packs</i>	Nbre	0	0	15	
<i>Taux de satisfaction des partenaires</i>	%	0	0	85	

<i>Taux de satisfaction des utilisateurs de ces packs</i>	%	0	0	85	
<u>Développement de la mobilité douce à des fins touristiques :</u>					
<i>Nombre de partenaires ayant participé à ce développement</i>	Nbre	0	0	9	